

Familiale aandeelhouders laten Delhaize los «Amper 1 familiebedrijf op 3 haalt volgende generatie»

Stichter Jules Delhaize draait zich ongetwijfeld om in zijn graf. Met de overname van Ahold is er na zes generaties een einde gekomen aan het familiale bewind bij de Belgische distributiegroep. Hebben de familiale aandeelhouders gekozen voor het geld? Of was het uit pure noodzaak?

• FRANK DEREYMAEKER •

Marc Fauconnier, de sterke man achter reclamebureau Famous, stuurde gisteren een opvallende tweet. «Familiale aandeelhouders laten zich liever leiden door een fortuin voor hun kinderen dan door een industriële visie.» Hebben de families achter Delhaize eieren voor hun geld gekozen? Voor een stuk waarschijnlijk wel. Hoewel die families nog minder dan 20% van de aandelen hebben, zal een verkoop veel telgen miljoenen euro's opleveren. Die beperkte familiale participatie geeft al aan dat de nazaten van Jules Delhaize nog weinig in de pap te brokken hadden. Zij vormen geen hecht blok, zoals we dat wel terugvinden bij bedrijven als AB InBev of Bekaert. Ook in de operationele leiding vind je amper nog een telg van Delhaize-families. Uit onder-

zoek van 'Trends'-journalist Wolfgang Riepl blijkt dat alleen Gilles Stroobant, van de zesde generatie, er nog werkt als aankoopdirecteur. De rest is al uit het bedrijf verdwenen. Tot 2013 had familietelg Pierre-Olivier Beckers de touwtjes in handen. Sindsdien is een buitenstaander (Frans Muller) CEO.

Verspreid

Dat de familiale aandeelhouders Delhaize de rug hebben toegekeerd, wekt enige verbazing. Aan ondernemerschap ontbreekt het sommige nazaten van Jules Delhaize niet. Zo leidt Didier Smits zijn eigen verpakkingsbedrijf in Anderlecht, François Stroobant leidt de Japanse afdeling van een snoep-fabrikant, Jean-François de Cooman is aan de slag bij BNP Paribas en Jérôme Glorie maak-

te carrière in de politiek en is momenteel directeur-generaal van de Civiele Veiligheid. Toch zal in de nieuwe raad van bestuur van Delhaize nog één familietelg aanwezig zijn: Jacques de Vaucleeroy. Maar de zoon van de voormalig Delhaize-CEO Gui de Vaucleeroy staat bekend als een echte financier, enkel bekommerd om de koers van het aandeel Delhaize. Dat familiale aandeelhouders ervoor kiezen om hun geestes-kind te verkopen, verbaast Johan Lambrecht, hoogleraar aan

**25 jaar terug leefde
nog het idee dat
de continuïteit van
zo'n bedrijf enkel
verzekerd was als de
familie het voortzette**

JOHAN LAMBRECHT (KU LEUVEN)

de KU Leuven en directeur Studiecentrum voor Ondernemerschap Odisee, niet. «25 jaar geleden leefde de overtuiging dat de continuïteit van het familiebedrijf enkel kon verzekerd worden door het familiebedrijf te laten voortzetten door de familie zelf. Als dat niet kon, werd dat beschouwd als een mislukking», vertelt Lambrecht.

«Vandaag is die enge bedrijfsvisie verschoven naar een ondernemerschapvisie. Sommige familiale aandeelhouders vullen de continuïteit van hun bedrijf op een andere manier in. Bijvoorbeeld door het familievermogen te ontwikkelen: ze verkopen hun bedrijf en het geld uit de verkoop stoppen ze in andere bedrijven. De redenen voor een verkoop kunnen divers zijn. Geen competente opvolgers, familiale conflicten, maar soms ook de vrees dat men de toekomstige uitdagingen niet zal aankunnen. Tot ze nadien merken dat de koper het er niet veel beter van afbrengt. Soms zie je dat ze het bedrijf later weer opnieuw kopen.»

148 jaar

«Toch is familiale opvolging helemaal niet uit de mode», zegt Lambrecht. «Ook bij de jongere generatie niet. Onderzoek toont dat bijna de helft van de jongeren die thuis een familiebedrijf heeft, gemiddeld tien jaar na de studies daar een actieve rol in wil spelen.» Al blijft dat moeilijk. Amper een derde van de familiebedrijven haalt de volgende generatie. «De gemiddelde levensduur van een familiebedrijf is slechts 25 jaar», aldus Lambrecht. Op dat vlak kan Jules Delhaize fier zijn: zijn Delhaize blaast dit jaar 148 kaarsjes uit.